

PENGARUH KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK MAKANAN BLUE SKY MANTAU

(Survei pada Konsumen Produk Makanan Blue Sky Mantau Balikpapan)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh:

Juvena Chairunisa

201510040311203

Dosen Pembimbing:

Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D.

Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**PENGARUH KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP
BRAND AWARENESS PRODUK MAKANAN BLUE SKY MANTAU
(Survei Pada Konsumen produk Makanan Blue Sky Mantau
Balikpapan)**

Diajukan Oleh :

Juvena Chairunisa
201510040311203

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, Sabtu / 10 Oktober 2020

Pembimbing I



Drs. Budi Suprpto, M.Si., Ph.D



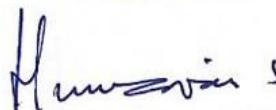
Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si

Pembimbing II



Zen Amirudin, S.Sos.M.Med.kom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Juvena Chairunisa

201510040311203

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

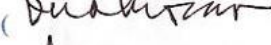
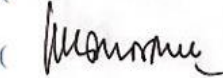
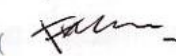

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Sabtu, 10 Oktober 2020

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Drs. Budi Suprpto, M.Si., Ph.D. ()
2. Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom ()
3. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si. ()
4. Novin Farid S.W., S. Sos, M. Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik













Dr. Dwi Kurniawati, M.Si

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Juvena Chairunisa
2. NIM : 201510040311203
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : FISIP
5. Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Makanan Blue Sky Mantau (Survei Pada Konsumen Produk Makanan Blue Sky Mantau Balikpapan)

1. Pembimbing : 1. Budi Suprpto, Dr. M.Si, Ph.D.
2. Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.Kom

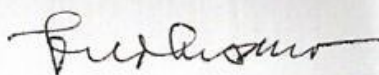
2. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
10 Februari 2019	Acc Judul Skripsi		
12 Desember 2019	Acc Seminar Proposal		
26 Februari 2020	Acc Penelitian		
21 Juli 2020	Acc Bab 4-5		
21 Juli 2020	Acc Bab 6		
21 Juli 2020	Acc Sidang		

Malang, 9 september 2020

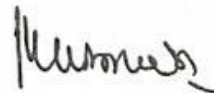
Disetujui

Pembimbing I



Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D

Pembimbing II



Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Juvena Chairunisa
NIM : 201510040311203
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIP
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Makanan Blue Sky Mantau (Survei Pada Konsumen Produk Makanan Blue Sky Mantau Balikpapan)

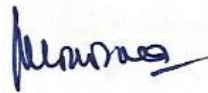
Disetujui,

Pembimbing I



Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D.

Pembimbing II



Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan Internasional

Kampus III : Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. 0341-464316-19 Fax. 0341-460435, 460782, 466321 Malang 65144
E-mail :

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Makanan Blue Sky Mantau
(Survei Pada Konsumen Produk Makanan Mantau Balikpapan)

Oleh:

Nama : Juvena Chairunisa

NIM : 201510040311203

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 9 September 2020

Pembimbing I/Promotor

Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D.
NIP.10387090041

Pembimbing II/Promotor

Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom
NIP.10305010410

(*) Coret yang tidak perlu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juvena Chairunisa
Tempat, tanggal lahir : Balikpapan, 8 Juni 1997
Nomor Induk Mahasiswa : 201510040311203
Fakultas : FISIP
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Makanan Blue Sky Mantau

(Survei Pada Konsumen Produk Makanan Blue Sky Mantau Balikpapan)

adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain,, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 7 September 2020

Yang Menyatakan,


Juvena Chairunisa

ABSTRAK

Juvena Chairunisa, 201510040311203. Pengaruh Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Makanan Blue Sky Mantau (Survei Pada Konsumen Produk Makanan Blue Sky Mantau Balikpapan). Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, UMM. Pembimbing : (I) Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D. (II) Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom.

Kata Kunci : Komunikasi *Word Of Mouth*, *Brand Awareness*

Blue Sky mantau merupakan bisnis produk makanan yang berasal dari Kota Balikpapan, makanan ini menjadi buah tangan favorit bagi kalangan pendatang. Blue Sky mantau merupakan bisnis yang sedang dikembangkan oleh Blue Sky group . Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengukur adakah pengaruh komunikasi *word of mouth* terhadap brand awareness produk makanan Blue Sky mantau. Pengaruh komunikasi *word of mouth* dalam penelitian ini terfokus pada intensitas atau tingkat perhatian pesan yang akan disampaikan. Dalam *Brand Awareness* peneliti menggunakan teori S-O-R. Stimulus yang dimaksud yang dimaksud pengaruh komunikasi *word of mouth*. Organism yang dimaksud adalah *brand awareness* produk makanan Blue Sky Mantau Balikpapan. Response yang dimaksud adalah konsumen produk makanan Blue Sky mantau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian Eksplanatif. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh komunikasi *Word of mouth* (X) terhadap *Brand Awareness* produk makanan Blue Sky Mantau (Y). Dari hasil yang diukur dengan Koefisien Determinasi, yaitu berpengaruh sebesar 53,4%.

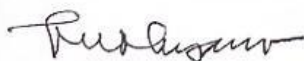
Malang, 9 September 2020

Penulis


Juvena Chairunisa

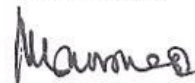
Menyetujui,

Pembimbing I



Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph.D.

Pembimbing II



Zen Amirudin, S. Sos. M.Med.kom

ABSTRACT

The aim of this study is to determine whether word-of-mouth communication affects the brand awareness of Blue Sky Mantau foods. This research method uses a quantitative approach with an explanatory research type. When it comes to brand awareness, researchers use the S-O-R theory, which stands for Stimulus-Organism-Response and originally comes from psychological theory. According to (Effendy, 2003) it is not surprising if it later turns into a communication theory, since the material objects of psychology and communication are the same, namely people whose souls contain components: attitudes, opinions, behavior, affections and associations.

The population in this study was 100 using criteria set by the researcher, and the number of samples counted up to 100 respondents from Blue Sky Mantau food consumers. The method used in sampling is accidental sampling. The data collection technique used a questionnaire. During data analysis, data validation test, reliability test, simple regression analysis, and coefficient of determination analysis were used.

The results of this study show that word-of-mouth communication has an impact on brand awareness of Blue Sky Mantau foods. From the results measured by the coefficient of determination, the effect is 53.4%, while the remaining 46.6% is influenced by other factors that are not observed.

Keywords : *Word Of Mouth Communication, Brand Awareness*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah tugas akhir yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa peneliti hanyalah makhluk sosial yang tidak dapat menjalani hidup sendiri. Penyusunan skripsi ini pun tidak lepas dari adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk moril maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran dalam menempuh pendidikan, serta memberikan kekuatan dan kesabaran yang luar biasa dalam proses pelaksanaan penelitian ini dari awal hingga akhir. Semoga ilmu yang didapat barakah dan bermanfaat bagi orang lain.
2. Muhammad SAW yang senantiasa menjadi teladan yang baik bagi seluruh umatnya.
3. Kedua orang tua, Ibunda Arfah, serta Ayah Gatot Rudiantoro, yang secara langsung maupun tak langsung menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, perhatian dan juga kasih sayang yang selalu dicurahkan kepada peneliti.

4. Terima kasih saya haturkan kepada Bapak Budi Suprpto, Dr. M.Si., Ph,D dan Bapak Zen Amirudin, S.Sos. M.Med.kom. Selaku dosen pembimbing yang sepenuh hati meluangkan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kerja keras dan motivasi beliau berdua, mungkin skripsi saya hanyalah lembaran tanpa makna.
5. Terima kasih saya haturkan kepada Bapak Novin Farid Styo Wibowo ,S.Sos. selaku dosen wali yang terus memberi arahan dan motivasi untuk cepat menyelesaikan kuliah. Tanpa arahan-arahannya, mungkin saya tidak bisa mencapai target untuk lulus tepat waktu.
6. Terima kasih Bpak/Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.
7. Terima kasih untuk sahabat- sahabat saya Dhea Ayu Larasati, Andi Zhafira Nurul Ramadhani, Regita Nerra Cahyani, yang selalu memberi suport saya dan teman-teman bimbingan yang lain nya.
8. Terima kasih untuk Andi Kautsar Thariq yang selalu memberi arahan dan support untuk tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Paulina Ayu, Khsunul Khotimah, Siti Farah Nurjanah, Deda Audia,yang selalu menyupport terima kasih saya ucapkan, dan semangat untuk kalian semua.
10. Terima kasih juga untuk seluruh teman-teman Komunikasi D, pengalamnya dan semoga kalian semua sukses di tempat kalian masing-masing tetap semangat dan keep contact.

11.Semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, semangat dan tenaga dalam pembuatan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan dan doanya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis memohon maaf sedalam-dalamnya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan hamba-Nya.Dengan segala keterbatasan ini, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk segala pihak. Wassalamualaikum Wr Wb.

Malang, 7 September 2020

Juvena Chairunisa



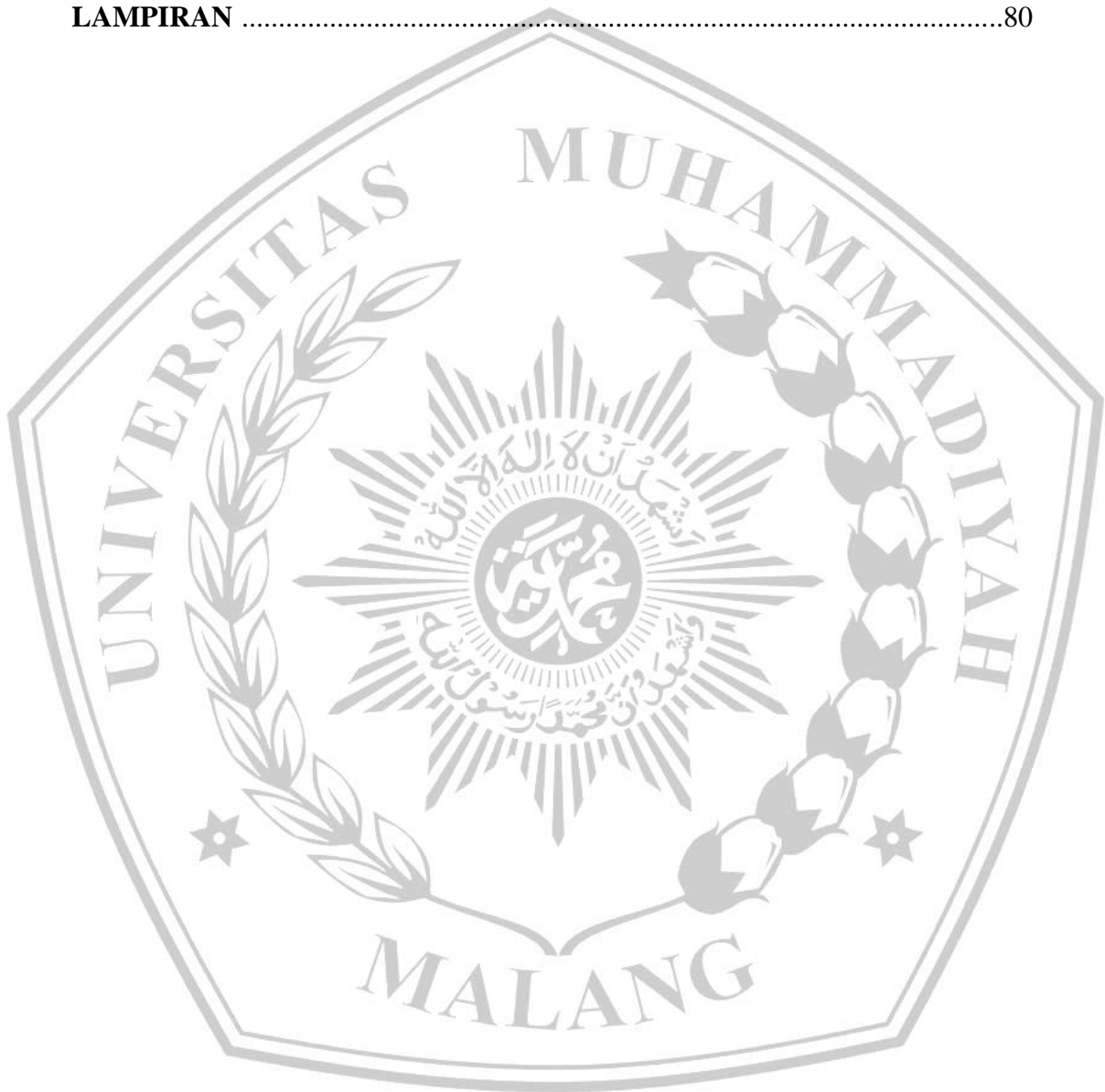
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	ii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.2 Jenis-Jenis Komunikasi	9
2.2 <i>Word Of Mouth Communication</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	12

2.2.2	Elemen - elemen <i>Word Of Mouth</i>	13
2.2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Komunikasi <i>Word Of Mouth</i>	15
2.2.4	Indikator <i>Word Of Mouth</i>	16
2.3	Pengertian <i>Word Of Mouth</i> dan Komunikasi Pemasaran.....	16
2.3.1	Bentuk – bentuk Komunikasi Pemasaran	17
2.4	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	17
2.4.1	Indikator <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	18
2.5	Pengaruh <i>Word Of Communication</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	19
2.6	Teori S-O-R	19
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Pendekatan Penelitian	26
3.2	Tipe dan Dasar Penelitian.....	26
3.3	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.6.1	Uji Validitas.....	30
3.6.2	Uji Normalitas Reliabilitas	30
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Uji Normalitas Data	31
3.7.2	Uji T.....	32

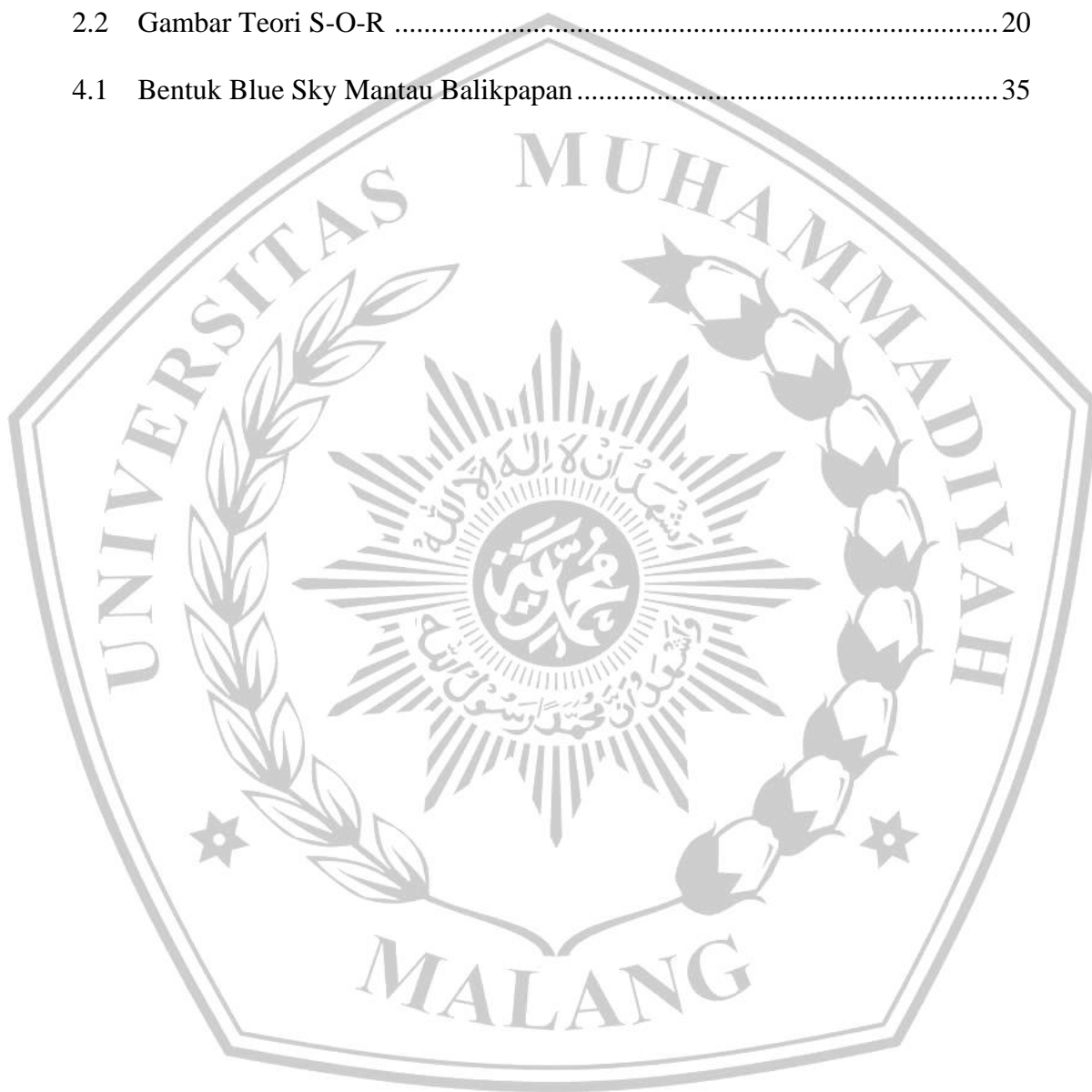
3.7.3 Regresi Linier Sederhana.....	32
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Blue Sky Mantau Balikpapan	34
4.1.1 Profil Blue Sky Mantau Balikpapan	34
4.1.2 Varian Rasa dan Harga Mantau	35
BAB V PENGARUH KOMUNIKASI <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK MAKANAN BLUE SKY MANTAU	36
5.1 Identitas Responden.....	37
5.2 Deskripsi Hasil Data Penelitian	42
5.2.1 Deskripsi Variabel Komunikasi <i>Word Of Mouth</i> (X)	42
5.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	52
5.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	62
5.3.1 Uji Validitas.....	65
5.3.2 Uji Reliabilitas	67
5.4 Asumsi Normalitas	68
5.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	68
5.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)	70
5.5.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	71
5.5.3 Analisis Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Produk Makanan Blue Sky Mantau	72
BAB VI PENUTUP	74
6.1 Kesimpulan	74

6.2 Saran	75
6.2.1 Saran Akademis	75
6.2.2 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

2.1	Piramida <i>Brand awareness</i>	18
2.2	Gambar Teori S-O-R	20
4.1	Bentuk Blue Sky Mantau Balikpapan	35



DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Penelitian Indikator Variabel Independen	23
5.1	Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
5.2	Tabel Karakteristik Berdasarkan Usia	38
5.3	Tabel Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
5.4	Tabel Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	40
5.5	Tabel Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	41
5.6	Tabel Saya sering membicarakan tentang Blue Sky Mantau dalam sehari .	42
5.7	Tabel Saya sering berbagi pengalaman tentang rasa Blue Sky Mantau	43
5.8	Tabel Saya tertarik merekomendasikan tentang Blue Sky Mantau kepada kerabat, keluarga.....	44
5.9	Tabel Saya tertarik membicarakan produk-produk yang dimiliki Blue Sky Mantau.....	45
5.10	Tabel Saya tertarik membicarakan sistem pelayanan dari Blue Sky Mantau Balikpapan	46
5.11	Tabel Sering membicarakan keunikan yang dimiliki oleh Blue Sky Mantau kepada orang terdekat	47
5.12	Tabel Sering memperoleh informasi Blue Sky Mantau melalui karyawan .	48
5.13	Tabel Saya sering membicarakan Blue Sky Mantau karena keunggulan rasa yang dimiliki kepada orang terdekat.....	49
5.14	Tabel Merasa puas setelah melakukan pembelian di Blue Sky Mantau.....	50
5.15	Tabel Saya akan membeli Blue Sky Mantau	51
5.16	Tabel Saya mengetahui keberadaan <i>Brand</i> Blue Sky Mantau	52

5.17	Tabel Saya mengetahui harga pada produk-produk di dalam <i>Brand Blue Sky Mantau</i>	53
5.18	Tabel Saya menyukai produk-produk di dalam <i>Brand Blue Sky Mantau</i> ...	54
5.19	Tabel Saya yakin terhadap kualitas Blue Sky Mantau khususnya produk yang ada di dalam <i>Brand Blue Sky Mantau</i>	55
5.20	Tabel Saya selalu memilih Blue Sky Mantau dibandingkan dengan Brand lain yang memiliki produk serupa	56
5.21	Tabel Saya secara sukarela merekomendasikan Blue Sky Mantau sebagai Oleh-oleh Khas Balikpapan kepada konsumen lain	57
5.22	Tabel Saya merasa varian rasa mantau yang dimiliki Blue Sky Mantau menarik	58
5.23	Tabel Saya merasa logo <i>Brand Blue Sky Mantau</i> sangat mudah menarik perhatian	59
5.24	Tabel Saya merasa bangga menjadi pelanggan Blue Sky Mantau	60
5.25	Tabel Saya mencari informasi tentang menu dan suasana outlet yang disediakan	61
5.26	Tabel Data keseluruhan Angket.....	63
5.27	Tabel Uji Validitas Instrumen Penelitian	66
5.28	Tabel Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
5.29	Tabel Pedektesian Normalitas	68
5.30	Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	69
5.31	Tabel Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	71

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Andi M. Sadat.2009.Brand Belief:strategi membangun merek berbasis keyakinan.Salemba Empat:Jakarta

Babin,dkk (2005)“*Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea*” *Journal of Service Marketing* Vol.19 pp 133-139.

Effendy, Onong Uchjana, 2005. Ilmu Komunikasi :Suatu Teori Dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Ir. Syofian Siregar. 2014. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Bumi Aksara.

Shimp,T.A.,Chitty,W.,Barker,B.,danValos,M.(2012).Integrated marketing communication (3rdAsiaPacified.).SouthMelbourne:Vic.CengageLearning.

Sugiyono, metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta, 2015.

_____. (2001). Metode Penilaian. Bandung: Alfabeta.

_____. (2010). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

_____. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.

_____. 2017. Statistika Untuk Penelitian. Bandung:Alfabeta.

Skripsi & Jurnal :

Laksimatdewi, Devita Audita. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di Kota Semarang. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Diponogoro: Semarang

Sumber : <http://eprints.umm.ac.id/38403/3/jiptummpg-gdl-ditaratnas-49877-3-babii.pdf>. [Online]. Diakses pada 2 November 2019.

Fitriani, Laili Aida. 2012 Analisis Faktor – Faktor Pemilihan Merek Pada Distro Inspired Soekarno Hatta Malang. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang

Sumber: http://etheses.uin-malang.ac.id/2094/7/08510046_Bab_3.pdf. [Online]. Diakses pada 1 November 2019.

Alfina, Rea. 2014. Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Branda Awareness Koulтура Coffe Shop. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara: Jakarta

Sumber: <http://kc.umh.ac.id/906/1/SKRIPSI%20REA%20ALFINA-10120110053.pdf>. [Online]. Diakses pada 18 Oktober 2019.

Pratiwi, Rahmi Yuli. 2017. Pengaruh Word Of Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Riau: Pekanbaru

Sumber: <https://media.neliti.com/media/publications/131784-ID-pengaruh-word-of-mouth-communication-ter.pdf>. [Online]. Diakses pada 21 Oktober 2019.

Seminari, Ketut Ni, Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary. 2016. Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Udayana: Bali.

Sumber: <https://media.neliti.com/media/publications/250770-pengaruh-iklan-dan-word-of-mouth-terhada-9f9de966.pdf>. [Online]. Diakses pada 1 November 2019.

Internet :

<https://www.blue-sky.co.id/hotel/blue-sky-hotel-balikpapan>. Diakses pada 10 November 2019.

<https://balikpapankota.bps.go.id/>. Diakses 4 November 2019.



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Juvena Chairunisa
NIM : 201510040311203

Hasil Plagiasi : 1/9 15/9

BAB I	53	88	84	40	17
BAB II	68	68	63	54	39
BAB III	72	66	63	50	41

BAB IV	29	5			
BAB V	30	30	25	23	19
BAB VI	25	49	30	21	19

20

Notes : Bab 5 dua kali di plagiasi yang harusnya bab 4

Malang, 21.9.2020
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

